

7. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連 (北陸)	◎	コンビニ（店長）	来客数の動き	・週末は活発に人が動き、新型コロナウイルスの影響を感じなくなっている。平日もビジネス客が来店しており、昼も夕方にもぎわいを取り戻している。コロナ禍となってから、今が一番客の動きがあり、景気が良い状況だとみているが、新型コロナウイルス発生前の実績まで戻るには、あと少しといった状況である。
	◎	一般レストラン（統括）	お客様の様子	・5月は、ゴールデンウィークを中心に県内外で外出が増え、それに伴い外食等も増え、繁華街の人出が多くなっている。そのためゴールデンウィーク後に若干新型コロナウイルスの感染が拡大した。しかし、以前とは異なり人の動きは止まらず、継続的に週末を中心に外出の機会が増え、外出する人も増えている。
	◎	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・ビジネス客、レジャー客共に個人からのWeb予約が増加している。その結果3か月連続で稼働率が10%上昇し、新型コロナウイルス発生前の同月8割まで回復している。
	◎	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前はまん延防止等重点措置の期間中であつたため最悪だったが、5月は夜の街の人出も7割方戻り、ゴールデンウィーク期間中は観光客も多く売上は良かった。しかし、新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しないため、元の状態に戻るにはまだ時間が掛かりそうである。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の影響が落ち着いてきている。各種イベントの全面中止はなく、少しずつぎわいが戻っている。ただし、財布のひもは少し固くなっているようにみえる。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・美術館で5月末まで人気漫画家の原画展が開催されており、ゴールデンウィーク明けも若者を中心に多くの人々が周辺を散策している。また、年齢の高い人達も日を追うごとに出歩くようになってきている。売上は新型コロナウイルス発生前と比較すると全く駄目だが、予想していたよりも良かったので一安心といったところである。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・久々に行動制限のないゴールデンウィークだったため、5月中旬以降の新型コロナウイルスの新規感染者数急増による消費の冷え込みを心配していたが、リベンジ消費により売上は前年同月比で32%の増加、2019年と比べて5%の増加となり、好調に推移している。これで3か月連続で2019年を超えた実績となっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・国内の遠方への旅行や冠婚葬祭に関連した集まりが、ゴールデンウィークを境に復活しているようにみえる。婦人服を中心に買換え需要が出てきており、不振だったアパレルの売上が前年を超える見通しである。
	○	スーパー（総務担当）	販売量の動き	・ウィズコロナの傾向が出てきたのか、ゴールデンウィーク等における人の動きが増加したと感じている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・週末の来客数が少しずつ回復している。
	○	コンビニ（店舗管理）	販売量の動き	・ゴールデンウィーク期間は苦戦したが、その後は新型コロナウイルス発生前の販売量に肉薄するペースである。
	○	コンビニ（営業）	来客数の動き	・2019年の来客数は超えていないが、2020年や2021年と比較すると好調に推移している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・客足も少しずつ伸びて売上も前年を上回っているが、新型コロナウイルス発生前の状態にはまだ戻っていない状況である。
	○	衣料品専門店（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症等による緊張感が全体的に薄れてきたような雰囲気である。

○	その他小売 [ショッピング センター] (統 括)	来客数の動き	・コロナ禍における行動抑制がなかったゴールデンウィークから来客数は前年に比べて大幅に増加し、特に飲食店の利用者が回復している。また、今年の5月は降水量が少なく、中旬頃に気温が夏日を記録して以降は夏物商材の動きが活発化しており、来客数と販売数に回復傾向がみられる。
○	高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・今年のゴールデンウィークは久しぶりに例年並みの集客があり、その後も有効期限が迫っていた3種類の地域共通クーポンの駆け込み利用により、新型コロナウイルス発生前と比較して90%近い集客となっている。
○	観光型旅館 (ス タッフ)	来客数の動き	・売上は前年の184%と改善はしているが、新型コロナウイルス発生前と比べると60%で、厳しい状況となっている。
○	旅行代理店 (従 業員)	お客様の様子	・前年までは、ほぼ皆無だった団体旅行の計画が増えてきている。
○	旅行代理店 (支 店長)	それ以外	・ゴールデンウィークを経て顕著な感染拡大が起こらなかったことに加えて、インバウンド旅行者解禁の兆しがみえてきている。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・タクシーの利用回数が徐々に回復傾向となっている。
○	通信会社 (役 員)	販売量の動き	・新規契約の獲得数は、通信、放送サービス共に3か月前は前年同月と同程度の水準だったが、今月は前年同月を上回っている。
○	テーマパーク (役員)	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、個人の国内旅行者を中心に新型コロナウイルス発生前に近い来客数であったが、その後再び来客数が少ない状況になってきている。2~3か月前との比較では良くなりつつあるものの、国内の団体客や海外からのインバウンド客はほとんど動いておらず、厳しい状況である。
○	競輪場 (職員)	販売量の動き	・前年と比較しても、売上が増加している。
□	一般小売店 [事 務用品] (店 長)	来客数の動き	・来客数が減少している。
□	百貨店 (販売担 当)	お客様の様子	・新型コロナウイルスによる影響は減少したが、旅行需要はまだ少なく、衣料品や雑貨の一部アイテムは苦戦している。また、各種商品価格の高騰から、消費マインドがやや停滞しているようである。ゴールデンウィーク中の子供向けのイベントは半日以上行列ができ、過去最大級の来客数であったが、イベントグッズ以外での買い回りが少ない。ゴールデンウィーク後は急激に来客数が減少したが、自治体の消費喚起策である電子クーポンの利用開始と同時に消費マインドは上昇している。価格高騰による家計への影響から、少額でも電子クーポンを利用する意識が広がっており、店舗としては定価購入になるため、客単価が上昇している。プラス要素とマイナス要素が交互に発生し、ほぼ変化がない状況である。
□	家電量販店 (店 長)	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症による上海のロックダウンの影響で、メーカーの商品供給が悪くなっている。
□	乗用車販売店 (役員)	販売量の動き	・海外情勢などの影響により、いろいろなものが値上げされている。また、今後も各種の値上げが予定されており、消費の冷え込みを懸念している。
□	自動車備品販売 店 (役員)	販売量の動き	・コロナ禍における自粛が緩和され、経済が活発に動いてきているが、新車の納車遅れや、ガソリン価格の高値安定を始めとする様々な値上げの影響は大きく、販売量の回復には至っていない。
□	その他専門店 [酒] (経営 者)	販売量の動き	・野球やコンサートなどの大きなイベントが入場制限を設けた上で開催されるようになったが、当地で今年開催されるはずの行事は全て中止となった。地方の方が新型コロナウイルスに感染したくないと考える人間が多く、景気が良くなるのはまだ先ではないかと考える。
□	一般レストラン (店長)	来客数の動き	・ゴールデンウィークが明けてから、客足がパタッと止まった状態である。

□	スナック（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が減少しているなかで、人が少しずつ外に出てきている様子である。しかし、当店の常連客は年齢層が高いため来店が少なく、変化した生活様式に慣れてしまった気配を感じる。5月はゴールデンウィークがあったことから4月の半分の売上となり、大きな赤字である。
□	通信会社（職員）	単価の動き	・原材料価格のみならず、手数料関連のコストも原価を押し上げてきているが、販売価格への転嫁は困難で、収益の減少は必至の状況である。
□	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年と比べて繁忙期や停滞期の販売の差が少なくなっていると感じる。毎月の販売数もほぼ変わらず、オンライン販売への移行が進んでいると考える。
□	その他レジャー施設 [スポーツクラブ]（総支配人）	お客様の様子	・この時期にしては少ないが体験を希望する客が出てきている。しかし、年間で最も会員獲得ができるこの時期に、会員獲得がほとんどないのが現状である。また、水道光熱費や消耗品等の経費の増加が続いており、大変厳しい状況である。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数はこの1か月間は200～300人の間で推移しているが、地方としてはかなり多い数字であり、消費行動が消極的になっている。
□	住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・円安やウクライナ情勢等により、住宅価格は高騰しているが、今後更に高くなる状況にある。住宅が必要な客は少しでも早く購入したいとの思いが強く、販売の後押し材料となっている。
□	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・住宅展示場の来場者数は減少しており、住宅を検討する人の数も少なくなっていると感じている。
▲	商店街（代表者）	単価の動き	・日によって客足にばらつきはあるが、人出が多いときでも、以前のような売上の達成がなかなかできない。財布のひもは非常に固く、客単価が減少している。
▲	一般小売店 [精肉]（店長）	来客数の動き	・外食の動きが活発になるにつれて、少し来客数が減少しているようである。
▲	一般小売店 [書籍]（従業員）	来客数の動き	・来客数は減少しており、買い控えの傾向もみられる。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルス感染症に対する警戒感の薄れから、内食から外食への流れが鮮明になり、来客数が落ち込んでいる。一方で、食料品全般の値上げ前に購入を考える買物客も見受けられ、一部には好調なカテゴリもあるが、全体としては悪化の傾向にある。
▲	スーパー（仕入担当）	来客数の動き	・食品関係の値上げが相次ぐなかでディスカウント店が出店し、客の移動が顕著になっている。商品価格での集客が困難なため、苦戦している。
▲	スーパー（店舗管理）	販売量の動き	・商圏内人口に対して確実にオーバーストアの傾向にあることに加え、県外資本のドラッグストアが進出している。販売管理費の削減を実施しているが、設備投資に回せる資金の捻出にはつなげていない。サービスの質が低下する懸念はあるが、事業管理費の圧縮も視野に入れて業務を行う必要に迫られている。
▲	スーパー（統括）	それ以外	・消費者のマインド低下による節約志向は根強い。業種業態を超えた競争の激化や、人件費の上昇、材料価格や電気料金等の高騰も影響を及ぼしている。
▲	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客が来店する機会は少しずつ増えているが、物価の上昇が続いており、買上単価は若干下がっている。
▲	家電量販店（本部）	販売量の動き	・エアコン等の季節関連商材の動きが弱い。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前月同様に、メーカーからの新車入荷が悪い状況が続いており、全く売上が上がらず困惑している。納車までの時間が長くなり、キャンセルも始めている。
▲	通信会社（役員）	それ以外	・半導体不足により電子機器類が入手困難で、価格も上昇している。それに加えて、ロシアのウクライナ軍事侵攻に伴う影響で物価も上昇しており、サービスの展開に支障が出始めている。
▲	住宅販売会社（営業）	来客数の動き	・住宅展示場の来場者数の落ち込みが止まらない。イベントを行っても、集客に変化がみられない。

	×	住関連専門店 (役員)	販売量の動き	・販売単価や点数、来客数も減少している。ゴールデンウィーク明けは例年落ち込みをみせるが、今年は特に悪くなっている。
	×	住宅販売会社 (従業員)	販売量の動き	・資材や衛生設備の価格の高騰と、それらの納品時期が分からないことで施工に支障を来すことが多くなっている。今後の受注にも影響が出てくると考える。
企業 動向 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	精密機械器具製 造業(財務担 当)	受注量や販売量 の動き	・取引先企業によってばらつきはあるが、3か月前と比較すると受注が増加している企業が出てきている。
	○	金融業(融資担 当)	取引先の様子	・売上は改善しており、新型コロナウイルス感染症発生前の水準に近づきつつある。また、今後の売上見通しも安定して立てられるようになってきている。
	○	司法書士	取引先の様子	・3月事業年度企業の決算内容が数社出てきたが、前年比でみると悪くないところが多くなっている。
	□	化学工業(総務 担当)	受注量や販売量 の動き	・受注量はこれまでと変わらず推移している。
	□	プラスチック製 品製造業(企画 担当)	受注量や販売量 の動き	・半導体不足や新型コロナウイルス感染症による供給制約に加え、ウクライナ情勢の長期化に伴う物流費や原材料の価格高騰等の影響は大きく、引き続き厳しい状況が続いている。
	□	一般機械器具製 造業(総務担 当)	受注量や販売量 の動き	・工作機械業界では半導体関連や国の補助金効果もあり、受注量は高水準のままで推移している。
	□	建設業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・公共工事については、まだ本格的な受注に至っていない。
	□	通信業(営業)	受注量や販売量 の動き	・今年1月より受注量は上向きとなり、3月決算期の企業も多いため駆け込み需要も多くあったが、現在は一旦落ち着いた感がある。受注は継続的に増加しておらず、景気には変化がないように見える。また、自治体等の今期の補助金施策が順次出てきているものの、働き方改革や業務効率化などのツールが限定される対象が多いため、ハードウェアを含めた補助金施策を望むところである。
	□	税理士(所長)	取引先の様子	・以前は新型コロナウイルス感染症によって半導体不足等の物流が停滞していたが、現在は中国の新型コロナウイルス新規感染者数のゼロ政策により再び物流の停滞が起こっている。なかなか状況が良くならず、取引先企業は悩んでいる状態である。
	▲	食料品製造業 (経営企画)	受注量や販売量 の動き	・今年の春に製品価格の実質値上げに踏み切った結果、主力製品の一部分が販売不振に陥り、売上全体に影響を及ぼしている。
	▲	繊維工業(総 括)	受注価格や販売 価格の動き	・受注状況は全体としては回復しているが、原材料価格の高騰に拍車が掛かっており、収益を圧迫している状態である。
	▲	輸送業(管理会 計担当)	受注量や販売量 の動き	・北陸地区での物量の回復は鈍く、加えて原油の価格高もあり、厳しい状況が続いている。
	▲	不動産業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・同業者からの情報では、客は活発に動いておらず、問合せが止まっているという話が多い。
	×	輸送業(役員)	取引先の様子	・世界情勢の悪化や、新型コロナウイルス感染症の終息が予測不可能であることが影響している。
雇用 関連	◎	—	—	—
(北陸)	○	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求人案件に対する問合せが、増加している状態である。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・県内では、求人数が求職者数を上回る状況が続いている。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・求人数は、前年との比較で増加が続いている。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・求人数に大きな変化はない。
	□	民間職業紹介機 関(経営者)	求人数の動き	・求人数は緩やかな増加傾向にあるが、応募者が少なく高齢化しているため、マッチングが難しくなっている。

▲	人材派遣会社 (役員)	求人数の動き	・ロシアのウクライナ侵攻による資源不足や、大手自動車メーカーの減産による影響が派遣先に出始め、求人を取り下げる動きや派遣先が休業になるケースが発生している。
▲	職業安定所(職員)	求職者数の動き	・人の動きが悪くなっている。他の仕事を探そうという意欲が少し低下しているのかもしれない。また、ガソリン代など燃料費が高騰していることで、企業の周辺が良くなっていないのではないかと推測している。
×	—	—	—